

TE Vwgh Erkenntnis 2006/10/18 2005/04/0022

JUSLINE Entscheidung

© Veröffentlicht am 18.10.2006

Index

E000 EU- Recht allgemein;
E3L E17200000;
E3R E17200000;
E6j;
26/02 Markenschutz Musterschutz;

Norm

31989L0104 Marken-RL 01te Art3 Abs1 litb;
31989L0104 Marken-RL 01te Art3 Abs1 litc;
31989L0104 Marken-RL 01te Art3 Abs1 litd;
31989L0104 Marken-RL 01te Art3 Abs3;
31994R0040 Gemeinschaftsmarke Art3 Abs3;
31994R0040 Gemeinschaftsmarke Art7 Abs1 litb;
31994R0040 Gemeinschaftsmarke Art7 Abs1 litc;
31994R0040 Gemeinschaftsmarke Art7 Abs1;
62003CJ0037 BioID / HABM;
62004CJ0421 Matratzen Concord / Hukla VORAB;
62005CJ0108 Bovemij Verzekeringen VORAB;
EURallg;
MarkenSchG 1970 §4 Abs1 Z3 idF 1999/I/111;
MarkenSchG 1970 §4 Abs1 Z4 idF 1999/I/111;
MarkenSchG 1970 §4 Abs2 idF 1999/I/111;

Betreff

Der Verwaltungsgerichtshof hat durch den Vorsitzenden Vizepräsident Dr. W. Pesendorfer und die Hofräte Dr. Rigler, Dr. Bayjones, Dr. Grünstäudl und Dr. Kleiser als Richter, im Beisein der Schriftführerin Mag. Leiter, über die Beschwerde der O Tee Gesellschaft S GmbH & Co. in S (Deutschland), vertreten durch Dr. Stefan Warbek, Rechtsanwalt in 6020 Innsbruck, Schöpfstraße 15, gegen den Bescheid des Österreichischen Patentamtes, Beschwerdeabteilung, vom 23. November 2004, Bm 15/2004-1, AM 4756/2003, betreffend Eintragung einer (Wort)Marke, zu Recht erkannt:

Spruch

Die Beschwerde wird als unbegründet abgewiesen.

Begründung

Mit dem angefochtenen Bescheid des Österreichischen Patentamtes, Beschwerdeabteilung, vom 23. November 2004 wurde im Instanzenzug der Antrag der Beschwerdeführerin auf Eintragung der Wortmarke "MOMENTE DER RUHE" betreffend folgende Waren der Klasse 30:

"Tee und aromatisierter Tee, auch in Packungen und Aufgussbeuteln; Kräuter- und Früchtetees, auch in Packungen und Aufgussbeuteln sowie in aromatisierter und/oder vitaminisierter und/oder mineralisierter Form; Tee-Extrakte in pulverisierter und granulierter Form, auch aromatisiert und/oder vitaminisiert und/oder mineralisiert; nichtalkoholische Fertiggetränke aus Tee, Kräuter- und Früchtetees bzw. deren Extrakte"

aus dem Grunde des § 4 Abs. 1 Z 3 Markenschutzgesetz in der Fassung BGBl. I Nr. 111/1999 (MaSchG) abgewiesen.

Begründend führte die belangte Behörde im Wesentlichen aus, mit Beschluss der Rechtsabteilung B des Österreichischen Patentamtes vom 30. März 2004 sei der Antrag der Beschwerdeführerin auf Registrierung des Zeichens "MOMENTE DER RUHE" im Hinblick auf die im Spruch angeführten Waren der Klasse 30 gemäß § 4 Abs. 1 Z 3 MaSchG abgewiesen worden. Hiezu habe die Erstbehörde ausgeführt, bei diesen Waren handle es sich im Wesentlichen um Tees und Teegetränke. Ein allgemein gesteigertes Gesundheitsbewusstsein habe generell zu zunehmendem Konsum diversester Teesorten und -zubereitungen sowie zu einem breitestgefächerten Angebot verschiedenster Tees geführt. Die beteiligten Verkehrskreise seien durch vermehrte Werbung und Informationskampagnen bestens informiert und setzten sich infolgedessen mit dem Angebot auch intensiv auseinander. Im Gegensatz zu typischerweise schnell aufputschenden Getränken wie Kaffee werde dem Begriff "Tee" unabhängig von seiner konkreten Wirkung ganz allgemein ein Gefühl der Ruhe, des Zur-Ruhe-Kommens und des Abschaltens vermittelt (wie beispielsweise die langjährige Werbung für Tee mit dem Lied "komm nach Haus, ruh Dich aus, wo der Tee schon auf Dich wartet ..." zeige). So finde sich im Internet auf "Teeverband.at" die Aussage "Tee regt an, aber nicht auf. Er spendet innere Ruhe und Kraft.". Darüber hinaus ergebe die Eingabe der Wörter, "tee ruhe" in der Internet-Suchmaschine "google" über 4000 österreichische Treffer, was belege, dass mit dem Begriff Tee häufig der Gedanke "Ruhe" assoziiert werde. Insgesamt ergebe sich daher, dass die beteiligten Verkehrskreise auf Grund des allgemeinen Images von Tee, ihrer eingehenden Information und des breiten Angebotes auf dem Teesektor angesichts der so bezeichneten Waren in dem angemeldeten Zeichen mühelos und ohne Aufwendung komplizierter Gedankenoperationen den Hinweis sehen werden, dass der Genuss dieser Waren Momente der Ruhe verschaffe. Keineswegs könne das Zeichen einem bestimmten Unternehmen zugeordnet werden; es besitze keinen Wiedererkennungswert.

Sodann führt die belangte Behörde aus, die vorliegende beantragte Wortmarke sei im Hinblick auf das Registrierungshindernis des § 4 Abs. 1 Z 3 MaSchG zu prüfen. Die Eintragungshindernisse der fehlenden Unterscheidungskraft (Z 3) und des Freihaltungsbedürfnisses an beschreibenden Angaben (Z 4) seien begrifflich streng auseinanderzuhalten. So bemesse sich die Frage der Unterscheidungskraft ausschließlich nach der Auffassung der beteiligten Verkehrskreise, während für das Freihaltungsbedürfnis an einer beschreibenden Angabe lediglich das berechnete Interesse der Mitbewerber maßgebend sei. Zwar seien Freihaltungsbedürftige beschreibende Angaben auch häufig nicht unterscheidungskräftig, gleichwohl bestehe keine völlige Deckung beider Eintragungshindernisse.

Gemäß § 4 Abs. 1 Z 3 MaSchG sei die Unterscheidungskraft anhand des Waren- und Dienstleistungsverzeichnisses zu prüfen. Bei Wortkombinationen sei grundsätzlich auf den Gesamteindruck abzustellen, den eine Marke bei den angesprochenen Verkehrskreisen hervorrufe. Werbemäßige Anpreisungen bzw. Werbeaussagen seien grundsätzlich schutzfähig, wenn sie einen selbstständig schutzfähigen Bestandteil enthielten oder in ihrer Gesamtheit einen besonderen fantasievollen Überschuss aufwiesen. Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofes der Europäischen Gemeinschaften (EuGH) sei eine Marke dazu bestimmt, Waren und Dienstleistungen hinsichtlich ihrer betrieblichen Herkunft für die Konsumenten nachvollziehbar zu kennzeichnen bzw. erkennbar zu machen und ihnen solcherart die Zuordnung der Waren/Dienstleistungen zu einem Unternehmen, welches für die Qualität der Produkte stehe, zu ermöglichen. Zeichen, die zu allgemein seien oder sich bloß in werbemäßiger Weise in der Angabe von Produkteigenschaften erschöpften, könnten solcherart nicht als Marke registriert werden.

Im vorliegenden Fall sei aus Sicht der beteiligten Verkehrskreise im Zeichen "MOMENTE DER RUHE" lediglich eine allgemeine werbemäßige Anpreisung hinsichtlich der Beschaffenheit der so bezeichneten Waren zu sehen. So werde das Zeichen im Zusammenhang mit den angemeldeten Waren im Sinne eines Hinweises auf die Wirkungsweise durch den Genuss der Waren, die besondere Momente der Ruhe, des Innehaltens und der inneren Kraft spendeten,

verstanden. Wie die Rechtsabteilung B bereits ausgeführt habe, sei es durch das gesteigerte Bewusstsein der Konsumenten, besonderen Wert auf ihr Wohlbefinden und ihre Gesundheit zu legen, zu einem zunehmenden Konsum von Tee gekommen. Es entspreche der allgemeinen Lebenserfahrung, dass Tee im Allgemeinen eine positive, gesundheitsfördernde Wirkung zugeschrieben werde, unabhängig von den am Markt befindlichen verschiedensten Teesorten bzw. Teemischungen. Keinesfalls würden die Konsumenten diese allgemeine Angabe a priori als individualisierenden Hinweis auf ein konkretes Unternehmen, welches derart bezeichnete Waren anbiete, erkennen.

Gegen diesen Bescheid richtet sich die vorliegende Beschwerde.

Die belangte Behörde legte die Akten des Verwaltungsverfahrens vor, sah jedoch von der Erstattung einer Gegenschrift ab.

Der Verwaltungsgerichtshof hat erwogen:

1. Die Beschwerdeführerin erachtet sich durch den angefochtenen Bescheid im Recht auf Zulassung der angemeldeten Marke zur Registrierung im österreichischen Markenregister verletzt.

Sie bringt hiezu im Wesentlichen vor, es liege nicht am Markeninhaber, die Schutzfähigkeit des von ihm angemeldeten Zeichens zu beweisen, vielmehr habe die belangte Behörde den Beweis für eine angeblich fehlende Unterscheidungskraft zu erbringen. Im Rahmen des § 4 Abs. 1 Z 3 MaSchG gehe es alleine um die Frage, ob das Zeichen der Beschwerdeführerin auch als solches erkannt werde. Da der Konsument heutzutage jedenfalls daran gewöhnt sei, in den unterschiedlichsten Zeichen auch Kennzeichen zu sehen, dürften an die Unterscheidungskraft keine allzu großen Anforderungen mehr gestellt werden.

Beim Zeichen der Beschwerdeführerin könne die vorliegende Kennzeichnungs- und Unterscheidungskraft nicht mehr zweifelhaft sein. Vielmehr erscheine es problematisch, den Markeninhaber im Wege des § 1 Abs. 1 Z 3 MaSchG "vor seiner eigenen unternehmerischen Entscheidung schützen" zu wollen. Die Beschwerdeführerin hätte das angemeldete Zeichen nicht gewählt, wenn sie nicht überzeugt wäre, dieses sei geeignet, seine Individualisierungsfunktion als Unternehmenskennzeichen zu erfüllen. Jedenfalls laufe das Zeichen "MOMENTE DER RUHE" keinem Freihaltebedürfnis oder einem sonstigen öffentlichen Anliegen zuwider und entspreche sonst allen Anforderungen eines modernen Markenzeichens.

Die Auffassung der belangten Behörde, die beteiligten Verkehrskreise würden im vorliegenden Zeichen einen allgemeinen Hinweis sehen, dass der Genuss der so bezeichneten Waren Momente der Ruhe verschaffe, stelle lediglich eine Behauptung dar und stütze sich darüber hinaus lediglich auf den Tatbestand des § 4 Abs. 1 Z 4 MaSchG, jedoch nicht auf § 4 Abs. 1 Z 3 MaSchG. Die Ausführungen im Hinblick auf das "Lebensgefühl beim Teetrinken" sowie die Trefferanzahl in der Internet-Suchmaschine "google" (für "Ruhe" und "Tee") gingen ins Leere, da dabei der Bestandteil der angemeldeten Marke "RUHE" isoliert herausgegriffen worden sei. Seitens der belangten Behörde sei jedoch nicht einmal der Versuch unternommen worden, die angemeldete Marke "MOMENTE DER RUHE" im Gesamteindruck zu untersuchen. Insoweit sei der Bestandteil der angemeldeten Marke "MOMENT" gleichzusetzen mit "einem Augenblick, einer sehr kurzen, rasch vergänglichen Zeitspanne". Dagegen beruhige Tee, sofern er beruhigende Inhaltsstoffe enthalte, langfristig und nicht nur für einen Moment. Auch entspreche der Bestandteil "MOMENT" nicht dem von der belangten Behörde beschriebenen "Image-Klischee" des Teekonsums.

Die belangte Behörde sehe den beschreibenden Aspekt zu Unrecht als tragendes Argument ihrer Entscheidung und vermische solcherart die Registrierungs Hindernisse des § 4 Abs. 1 Z 3 und des § 4 Abs. 1 Z 4 MaSchG. Mit der Auffassung, es handle sich bei der vorliegenden Marke lediglich um eine allgemeine werbemäßige Anpreisung hinsichtlich der Beschaffenheit der so bezeichneten Waren, versuche die belangte Behörde im Grunde des § 4 Abs. 1 Z 3 MaSchG auf Argumente zur beschreibenden Angabe zurückzugreifen. Nach der Rechtsprechung des EuGH in der Rechtssache C-329/02 müssen jedoch für eine (vergleichbare) Beanstandung nach Art. 7 Abs. 1 lit. b der Verordnung (EG) Nr. 40/94 des Rates vom 20. Dezember 1993 über die Gemeinschaftsmarke (GMV) eigene Gründe substantiiert vorgebracht werden.

Zuletzt sei darauf zu verweisen, dass die angemeldete Wortmarke bereits durch das deutsche Patentamt unter der Registrierungsnummer DE 30336817 zum Schutz zugelassen worden sei, was im Hinblick auf die Rechtsvereinheitlichung durch die "Europäische Markenrichtlinie" zu berücksichtigen sei.

2. § 4 Abs. 1 Markenschutzgesetz (MaSchG) lautet (auszugsweise):

"Von der Registrierung ausgeschlossen sind Zeichen, die

...

3.

keine Unterscheidungskraft haben;

4.

ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, welche im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Menge, der Bestimmung, des Wertes, der geographischen Herkunft oder der Zeit der Herstellung der Ware oder der Erbringung der Dienstleistung oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Ware oder Dienstleistung dienen können;

..."

Art. 3 der Ersten Richtlinie 89/104/EWG des Rates vom 21. Dezember 1988 zur Angleichung der Rechtsvorschriften der Mitgliedstaaten über die Marken (MarkenRL), lautet (auszugsweise):

"Folgende Zeichen oder Marken sind von der Eintragung ausgeschlossen oder unterliegen im Fall der Eintragung der Ungültigerklärung:

...

b)

Marken, die keine Unterscheidungskraft haben,

c)

Marken, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, welche im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Menge, der Bestimmung, des Wertes, der geographischen Herkunft oder der Zeit der Herstellung der Ware oder der Erbringung der Dienstleistung oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Ware oder Dienstleistung dienen können,

..."

Art. 7 Abs. 1 GMV lautet (auszugsweise):

"Von der Eintragung ausgeschlossen sind

...

b)

Marken, die keine Unterscheidungskraft haben,

c)

Marken, die ausschließlich aus Zeichen oder Angaben bestehen, welche im Verkehr zur Bezeichnung der Art, der Beschaffenheit, der Menge, der Bestimmung, des Wertes, der geographischen Herkunft oder der Zeit der Herstellung der Ware oder der Erbringung der Dienstleistung oder zur Bezeichnung sonstiger Merkmale der Ware oder Dienstleistung dienen können,

..."

3. Die Eintragungshindernisse gemäß § 4 Abs. 1 Z 3 und

Z 4 MaSchG stimmen mit jenen des Art. 3 Abs. 1 lit. b und lit. c der MarkenRL und des Art. 7 Abs. 1 lit. b und c GMV überein. Daher ist die Rechtsprechung des EuGH zur MarkenRL und zur GMV von Bedeutung und kann im Rahmen einer richtlinienkonformen Interpretation zur Auslegung der entsprechenden Bestimmungen des MaSchG herangezogen werden (vgl. hierzu das hg. Erkenntnis vom 7. November 2005, Zl. 2003/04/0124, mwN).

4. Wie der Verwaltungsgerichtshof im hg. Erkenntnis vom 6. April 2005, Zl. 2004/04/0226, ausgeführt hat, ist nach der Rechtsprechung des EuGH jedes der in Art. 3 Abs. 3 MarkenRL bzw. Art. 7 Abs. 1 GMV genannten Eintragungshindernisse von den anderen unabhängig und muss getrennt geprüft werden. Diese Eintragungshindernisse sind im Licht des Allgemeininteresses auszulegen, das jedem von ihnen zu Grunde liegt. Das

bei der Prüfung jedes dieser Eintragungshindernisse berücksichtigte allgemeine Interesse kann oder muss sogar je nach dem betreffenden Eintragungshindernis in unterschiedlichen Erwägungen zum Ausdruck kommen. Dabei gibt es aber eine offensichtliche Überschneidung der jeweiligen Anwendungsbereiche der in Art. 3 Abs. 1 lit. b, lit. c und lit. d der MarkenRL genannten Fälle (vgl. das zitierte hg. Erkenntnis vom 6. April 2005 und die dort wiedergegebene Rechtsprechung des EuGH sowie aus jüngerer Zeit das Urteil des EuGH in der Rechtssache C-37/03 P, BioID AG/HABM, Slg. 2005, I- 7975, Randnr. 59 und 60). Diese Überlegungen treffen auch im Hinblick auf § 4 Abs. 1 Z 3 und Z 4 MaSchG zu, sodass im vorliegenden Fall alleine darauf abzustellen ist, ob das von der belangten Behörde ihrer Entscheidung zu Grunde gelegte Eintragungshindernis der fehlenden Unterscheidungskraft (Z 3) vorliegt.

Beim Eintragungshindernis des insoweit mit § 4 Abs. 1 Z 3 MaSchG übereinstimmenden Art. 3 lit. b der MarkenRL ist nach der Rechtsprechung des EuGH darauf abzustellen, dass die Hauptfunktion der durch die Marke darin besteht, dem Verbraucher oder Endabnehmer die Ursprungsidentität der mit der Ware gekennzeichneten Ware oder Dienstleistung zu garantieren, indem sie es ihm ermöglicht, diese Ware oder Dienstleistung ohne Verwechslungsgefahr von Waren oder Dienstleistungen anderer Herkunft zu unterscheiden. Dieses Eintragungshindernis bezweckt somit, die Eintragung von Marken zu verhindern, die keine Unterscheidungskraft haben, denn diese allein macht Marken geeignet, ihre Hauptfunktion zu erfüllen (vgl. auch hiezu das zitierte hg. Erkenntnis vom 6. April 2005 und die dort wiedergegebene Rechtsprechung des EuGH sowie das Urteil des EuGH BioID AG, Randnr. 27).

Für die Beurteilung der Frage, ob eine nationale Marke keine Unterscheidungskraft hat, ist auf die Wahrnehmung der beteiligten Verkehrskreise abzustellen, also auf den Handel und/oder den normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher dieser Waren oder Dienstleistungen in dem Gebiet, für das die Eintragung beantragt wird (vgl. das zitierte hg. Erkenntnis vom 6. April 2005 mit Verweis auf die Rechtsprechung des EuGH und das Urteil des EuGH vom 9. März 2006 in der Rechtssache C-421/04, Matratzen Concord AG/Hukla Germany SA, Randnr. 24, mwN).

Eine solche Beurteilung muss jedenfalls auf der Gesamtwahrnehmung der Marke durch die maßgeblichen Verkehrskreise beruhen (vgl. das Urteil des EuGH BioID AG, Randnr. 29, mwN). Bei der Prüfung, ob einer Marke solcherart Unterscheidungskraft zukommt, kann darauf abgestellt werden, ob sich ein Wortelement der Marke von den in der Anmeldung beanspruchten Waren und Dienstleistungen trennen lässt, ob allenfalls typographischen Merkmalen der Marke irgendeine unterscheidungskräftige Besonderheit zukommt oder sie sonst einen Aspekt enthalten, wie etwa jenen der fantasievollen Gestaltung oder der Art ihrer Kombination, welche es den maßgeblichen Verkehrskreisen ermöglichen könnte, die von der Anmeldung erfassten Waren oder Dienstleistungen ohne Verwechslungsgefahr von Waren und Dienstleistungen anderer Herkunft zu unterscheiden (vgl. zu allem das Urteil des EuGH BioID AG, Randnrn. 70 bis 74).

5. Nach dieser Rechtslage ist für das Vorliegen der Unterscheidungskraft einer Marke im Hinblick auf ihre Hauptfunktion alleine entscheidend, ob sie den maßgeblichen Verkehrskreisen die Ursprungsidentität der mit der Marke gekennzeichneten Ware oder Dienstleistung garantieren kann, indem sie es ermöglicht, diese Ware oder Dienstleistung ohne Verwechslungsgefahr von Waren oder Dienstleistungen anderer Herkunft zu unterscheiden.

Im vorliegenden Fall hat die belangte Behörde zunächst zu Recht eine Prüfung der angemeldeten Wortmarke im Hinblick auf ihre Unterscheidungskraft (§ 4 Abs. 1 Z 3 MaSchG) vorgenommen und dabei nach der oben angeführten Rechtslage zulässigerweise darauf abgestellt, ob dieses Zeichen durch die beteiligten Verkehrskreise als "individualisierender Hinweis auf ein konkretes Unternehmen" erkannt werden würde. Dabei ist die Behörde von der nicht als unschlüssig zu erkennenden Auffassung ausgegangen, die von der Beschwerdeführerin angemeldete Wortmarke "MOMENTE DER RUHE" enthalte keinen selbstständig schutzfähigen Bestandteil und weise auch in ihrer Gesamtheit keinen besonderen fantasievollen Überschuss auf. Die von den Konsumenten im Allgemeinen erwartete Wirkungsweise von Tee und Teegetränken werde von der angemeldeten Wortmarke zwar angesprochen, keinesfalls würden die Konsumenten durch diese allgemeine Angabe einen Hinweis auf das konkrete Unternehmen der Beschwerdeführerin erkennen.

Die Beschwerde hat nun im Hinblick auf die angemeldete Wortmarke keine unterscheidungskräftige Besonderheit oder einen sonstigen Aspekt vorgebracht, welcher es den maßgeblichen Verkehrskreisen ermöglichen könnte, die von der Anmeldung erfassten Waren ohne Verwechslungsgefahr von Waren und Dienstleistungen anderer Herkunft zu unterscheiden. So ist für den Verwaltungsgerichtshof nicht erkennbar, warum die beteiligten Verkehrskreise die

angeführte Wortfolge "Momente der Ruhe" gerade mit den angemeldeten Tees und Teegetränken der Beschwerdeführerin und nicht mit anderen gleichartigen Waren in Verbindung bringen sollten. Daran ändert auch das Beschwerdeargument, die Behörde habe die Bedeutung des Wortes "MOMENTE" verkannt, nichts. Die gewählte Schreibweise der angemeldeten Wortmarke (in Blockbuchstaben) ist alleine nicht ausreichend, eine Unterscheidungskraft zu begründen, da die Bereitschaft der beteiligten Verkehrskreise, Besonderheiten in der Schreibweise eines Zeichens als Unternehmenshinweis zu verstehen, grundsätzlich als äußerst gering anzusehen ist (vgl. das hg. Erkenntnis vom 27. Jänner 2006, Zl. 2004/04/0243, mwN). Dass die angemeldete Marke der Beschwerdeführerin infolge ihrer Benutzung bereits Unterscheidungskraft im Inland erworben habe (§ 4 Abs. 2 MaSchG; vgl. hierzu etwa das Urteil des EuGH vom 7. September 2006, Bovemij Verzekeringen NV/Benelux-Merkenbureau, Randnr. 22), hat die Beschwerde nicht vorgebracht.

6. Soweit sich die Beschwerde auf eine Zulassung der angemeldeten Wortmarke durch das deutsche Patentamt beruft, ist darauf hinzuweisen, dass die Eintragung einer identischen Marke für identische Waren oder Dienstleistungen in einem Mitgliedstaat der Europäischen Union zwar einen Umstand darstellt, der von der Behörde berücksichtigt werden kann, jedoch für die Entscheidung, die Anmeldung einer bestimmten Marke zuzulassen oder zurückzuweisen, nicht allein maßgebend sein kann (vgl. hierzu das hg. Erkenntnis vom 7. November 2005, Zl. 2003/04/0124, mwN auch von Rechtsprechung des EuGH). So ist es möglich, dass eine Marke wegen sprachlicher, kultureller, sozialer und wirtschaftlicher Unterschiede zwischen den Mitgliedstaaten in einem Mitgliedstaat ohne Unterscheidungskraft ist, in einem anderen Mitgliedstaat aber nicht (vgl. das Urteil des EuGH Matratzen Concord AG, Randnr. 25).

7. Da sich die Beschwerde somit als unbegründet erweist, war sie gemäß § 42 Abs. 1 VwGG abzuweisen.

8. Eine Entscheidung über den Aufwandsersatz konnte entfallen, da die obsiegende belangte Behörde keinen entsprechenden Antrag gestellt hat.

Wien, am 18. Oktober 2006

Gerichtsentscheidung

EuGH 62004J0421 Matratzen Concord / Hukla VORAB

EuGH 62005J0108 Bovemij Verzekeringen VORAB

Schlagworte

Gemeinschaftsrecht Richtlinie richtlinienkonforme Auslegung des innerstaatlichen Rechts

EURallg4/3Gemeinschaftsrecht Verordnung EURallg5

European Case Law Identifier (ECLI)

ECLI:AT:VWGH:2006:2005040022.X00

Im RIS seit

11.12.2006

Zuletzt aktualisiert am

24.10.2011

Quelle: Verwaltungsgerichtshof VwGH, <http://www.vwgh.gv.at>

© 2024 JUSLINE

JUSLINE® ist eine Marke der ADVOKAT Unternehmensberatung Greiter & Greiter GmbH.

www.jusline.at